

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N., dan Ekhsan, M. (2020). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386.
- Amin, A., Asnawi, A., and Huwae, V. E. (2024). The Role of Brand Trust as a Mediation Variable of the Influence of Brand Image and Social Media Marketing on Purchase Decisions Sariayu Martha Tilaar Cosmetics in Dobo City, Aru Island District. *Jurnal Ekonomi*, 13(1), 1452–1465.
- Andriyani, M., dan Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140.
- Angel, V., Natadirja, M., dan Bernarto, I. (2021). Effect of eWOM, Ease of Use, Trust on Purchase Decision (Case Study on Blibli.com). *Jurnal Manajemen*, 12(3), 446.
- Anggraini, S., dan Dewi, A. S. (2023). Reputasi Underwriter dan Underpricing terhadap Kinerja Keuangan Initial Public Offering (IPO). *Jurnal Ekonomi STIEP*, 8(1), 56–64.
- Anjayani, R. P., dan Febrianti, I. R. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610–3617.
- Aprilyani, D., dan Syah, T. Y. R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Perbankan BCA dengan Trust sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 3994–4005.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, dan Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Aryandi, J., dan Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, 1(1), 117–127.
- Asia, N., Marhawati, dan Syam, A. (2024). The Influence of Product Quality, Price, and Quality on Purchasing Decisions at the Kopi Santai Business in Topoyo District Central Mamuju Tengah. *International Journal of Financial Economics (IJEFE)*, 1(1), 326–336.
- Awaludin, M., Mantik, H., dan Fadillah, F. (2014). Penerapan Metode Servqual pada Skala Likert untuk Mendapatkan Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 10(1).

- Ayunani, N. A., Varadina, Y., dan Octavia, A. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 15(1), 290–299.
- Bancin, J. B., Eka Damayanti, N., Aprilita, A., dan Josefina Novalina Banurea, J. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Peran Mediasi Citra Merk di McDonald's Palangka Raya. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 14(4), 392-413.
- Benamen, H. A. S., Huwae, V. E., and Saptanno, S. (2024). The Influence of Electronic Word of Mouth and Brand Image on Purchasing Decisions: The Role of Brand Trust as a Mediation Variable (Study of Xiaomi Brand Smartphone Users in Dobo City The Influence of Electronic Word of Mouth and Brand Image on Purchasing. *Jurnal Ekonomi*, 13(1), 1431–1441.
- Bichler, B. F., Pikkemaat, B., and Peters, M. (2020). Exploring The Role of Service Quality, Atmosphere and Food for Revisits in Restaurants by Using a e-Mystery Guest Approach. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(3), 351–369.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., dan Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Chaudhuri, A., Morris, and Holbrook, B. (2001). The Chain of Effects From Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance. in *Journal of Marketing* (Vol. 65).
- Dam, T. C. (2020). Influence of Brand Trust, Perceived Value on Brand Preference and Purchase Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 939–947.
- Delgado-Ballester, E., Munuera-Alemán, J.-L., and Yagüe, M. J. (2001). Brand Trust in The Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*, 35(11/12), 1238–1258.
-
- _____ (2003). Development and Validation of a Trust Scale. *International Journal of Market Research*, 45(1), 35–53.
- Derivanti, A. Des, dan Kamila, S. A. (2022). Implementasi Strategi Public Relations Lazada Indonesia dalam Membangun Brand Trust terhadap Seller dan Konsumen. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4), 2823–2828.
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinelu, R., dan Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 78–82.

- Fahlevi, R. A., dan Khan, M. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Promosi sebagai Variabel Inverting di Perumda Tirta Bhagasasi Bekasi. *Indonesian Journal of Economic and Strategic Management (IJESM)*, 2(3), 2727–2735.
- Fahrurrazi, F., Saila, K., dan Bambang, S. (2019). Pengaruh Marketing Mix terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Kerudung di Outlet Rabbani. *Cakrawala Repositori IMWI*, 2(2), 26–39.
- Farih, A., Jauhari, A., dan Widodo, E. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare dengan Viral Marketing sebagai Variabel Intervening. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 4(1), 41.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, dan Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(1), 176–188.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (1st ed., Issue June). CV. Penerbit Qiara Media.
- Hamdat, A., Arfah, Kusuma, A. M., Cahya, B. T., Sri, D., Sriwardiningsih, E., Astri, F., Salam, K. N., Islamiah, M. H., Mandey, N. H. J., Leni, P., Nabila, R., dan Dwita, V. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen (Prinsip Dasar, Strategi dan Implementasi)*. CV. Diandra Primamitra Media.
- Hamid, R. S., Ariasih, M. P., Suarniki, N. N., Purwoko, Nurchayati, Tarmizi, A., Efdison, Z., Pasaribu, A. W., Fitriya, S., Solihin, A., Budaya, I., dan Vitaloka, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern (Strategi dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis)*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Berlian Multitama di Jakarta. *E-MABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31–38.
- Haryanto, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Duta Media Publishing.
- Heliani, H., Harahap, D. A., dan Mahani, S. A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Work Coffee di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(2).
- Herawati, D. M., dan Imronudin. (2023). Pengaruh Social E-Wom dan Price terhadap Purchase Intention dengan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 4(2), 200–219.
- Hertati, L., Syafarudin, A., dan Safkaur, O. (2020). Peran Manajemen Perubahan pada Akuntansi Manajemen Strategis Akibat Virus Corona. *I-FINANCE: A Research Journal on Islamic Finance*, 4(3), 247–254.

- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop di Kota Gresik. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 6(4).
- Hutagalung, Y. M., dan Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX, 209–215.
- Ihsannudin, S., Nugraha, R. N., dan Chotimah, T. H. (2022). Penerapan Bauran Pemasaran pada Teraskita Hotel Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(3), 314–322.
- Ika, N., and Kustini. (2011). Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*, 14(1), 19–28.
- Kanwar, A., and Huang, Y.-C. (2021). Indian Females Inclination towards Cosmetic Brands Purchase Intention Influenced by Celebrity Endorsement through Perceived Quality and Brand Trust. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 11(3), 61–80.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2018). *Principle of Marketing*. (17th ed.). Pearson Education Limited.
- . (2020). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (12th, 1st ed.). Erlangga.
- Kotler, P., and Keller, K. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- . (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- . (2018). *A Framework For Marketing Management*. in *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., and Hansen, T. (2007). *Marketing Management (12th ed)*. In USA: *Pearson International Edition (12th ed)*.
- . (2019). *Marketing Management: First European Edition*. England : *Pearson Education Limited*.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 4*. Erlangga.
- Laksono, A. W., dan Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek pada Pelanggan Geprek Benu di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1), 8–16.

- Lautan, E., Molebila, D. Y., dan Tena, Y. N. (2022). Analisis Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan Usahatani Karmel Bawang Merah di Desa Pailelang. *22(2)*, 133–138.
- Lestari, R., dan Meidina, S. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Brand Trust Minuman Koi Thé Cabang Mall Plaza Indonesia. *Journal of Syntax Literate*, *7(3)*, 2966.
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Dinamik*, *14(2)*, 90–97.
- Lie, D., Sudirman, A., and Butarbutar, M. (2019). Analysis of Mediation Effect of Consumer Satisfaction on The Effect of Service Quality, Price and Consumer Trust on Consumer Loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, *8(8)*, 8.
- Nissi, Y. El, dan Budiono, H. (2019). Kepercayaan Merek sebagai Mediator Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, *1(3)*, 629–634.
- Nur, A., dan Utami, F. Y. (2022). Proses dan Langkah Penelitian Antropologi: Sebuah Literature Review. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial dan Budaya*, *3(1)*, 44–68.
- Mawadah, I., Ediyanto, E., dan Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Menentukan Keputusan Pembelian pada Cafe Kopi Siippp di Situbondo dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, *1(7)*, 1511-1524.
- Octaviany, A., Norisanti, N., and Jhoansyah, D. (2019). Determinasi Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada House of Kage Sukabumi. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, *3(1)*, 1–7.
- Oktavia, B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kapten pada Kios Nobi di Desa Tanah Putih. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kwirausahaan*, *3(1)*, 95–103.
- Oktavian, R. F., and Wahyudi, H. (2022). The Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *6(2)*, 379–392.
- Pandey, R., Reddy, L. S., Chaudary, V., Widyawati, V. T., Sin, L. G., Bin Mohd Ghazali, M. K. A., Kee, D. M. H., Bin Ibrahim, M. F., Bin Ahmad Fadzeil, M. Z., and Binti Mohamed, N. A. (2021). Analysis the Effect of Product Quality and Price on Purchase Decision (Case Study of Adidas India, Indonesia, and Malaysia). *International Journal of Accounting and Finance in Asia Pasific*, *4(1)*, 71–85.

- Panglipurningrum, S. Y., Sulistiyan, R. D., dan Dewi, S. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen yang Dimediasi oleh Brand Image dan Brand Trust (Studi Pada Konsumen Tenun Ikat “Arimbi” Kabupaten Sragen). *Buletin Ekonomi*, 16(1), 69–80.
- Patria, R. A., dan Susila, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, E-WOM, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dimediasi Oleh Brand Trust. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–17.
- Pelupessy, M. M., Tehuayo, E., and Ruhulessin, S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nescafe di Kota Ambon. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(4), 323–341.
- Poltak, H., Sumarsih, Hastutuik, S., Sartika, D., Hasan, M., Wardhana, A., Roslan, A. H., Putri, N. L. I., Mulyana, S., dan Gunaisah, E. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital)*. CV. Media Sains Indonesia.
- Prana, S., dan Nainggolan, B. M. (2022). Meningkatkan Loyalitas Merek dengan Kualitas Layanan dan Citra Merek: Peran Kepercayaan Merek sebagai Mediator. *Human Capital Development*, 9(3).
- Prasetyo, A., dan Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Niat Pembelian: dengan Peran Mediasi Brand Image dan Brand Trust. *Culture Education and Technology Research (Cetera)*, 1(3), 43–55.
- Purnama, I. B. O. V., dan Nainggolan, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Gula Kopi. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 8(3), 281–293.
- Puspita, I. R., Fadillah, A., dan Taqyudin, Y. (2022). Tinjauan Atas Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 67–74.
- Putri, S. A., Safitri, M., Yovita, L., and Oktavia, V. (2024). Pengaruh E-Wom terhadap Keputusan Pembelian Brand Uniqlo dengan Brand Image dan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 5988–6003.
- Putriana, A. N., and Abdurrahman. (2024). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality terhadap Purchase Intention dengan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi pada Skincare Avoskin. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(3), 123–136.

- Rachmayani, A. N. (2021). *Manajemen Pemasaran* (C. Castrawijaya (ed.); 1st ed.). Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rahmat, W. M., and Kurniawati, K. (2022). The Influence of Brand Experience on Brand Loyalty through Perceived Quality, Brand Trust and Customer Satisfaction as Mediation. *SEIKO: Journal of Management dan Business*, 4(3), 215.
- Rukaiyah, S. T. (2020). Point of View Research Management Effect of Product Quality and Product Value on Customer Loyalty: Empirical Study on Seaweed SME. *Point of View Research Management*, 1(4), 144–153.
- Saputro, A. an. W., dan Irawati, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Second Brand. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(3), 646–651.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., dan Nursaidah. (2021). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Penerbit Samudra Biru.
- Septyasari, I. S., dan Arviani, H. (2024). Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi Sejuta Jiwa oleh Karyawan di Jakarta. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(10), 11778–11784.
- Sudrartono, T., Supandi Soegoto, A., Lumanauw, N., Malihah, L., Cahyawati Mokoginta, S., Sudirman, A., Gusti Ayu Ari Agustini, I., Ranggana Putra, A., dan Triwardhani, D. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Vol. 1). Widina.
- Sugiharto, A., dan Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *Jurnal Papatung*, 4(2).
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Suntoro, W., dan Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *MODUS*, 32(1), 25–41.
- Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Caps.
- Suparti, dan Evelyn, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Good Day Mocacino di Kebumen (Studi pada Konsumen Produk Kopi Instan Good Day Mocacino di Kebumen). *JIMMBA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 4(6), 788–802.

- Syahwi, M., dan Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada PT. Telkom Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163.
- Utami, B., Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas, A., Arjuna Utara No, J., Kepa, D., Kb Jeruk, K., Jakarta Barat, K., dan Khusus, D. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Mediasi pada Kopi Nako. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(4), 90–106.